

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS THE SUNAN HOTEL SOLO
DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN



TUGAS AKHIR
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya (A.Md) Dalam Bidang Komunikasi Terapan

Disusun Oleh :
FAUZIAH GIAS MUHITHA
D1614031

PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2017

PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN

Nama : Fauziah Gias Muhitha

NIM : D1614031

Konsentrasi : DIII Public Relations

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, Juni 2017

Dosen Pembimbing

Drs. Joko Sadoso Priyo, M.M

NIP. 196406 142013 0 201

PENGESAHAN

Tugas akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi D III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal :

Di susun oleh :

Nama : Fauziah Gias Muhitha

NIM : D1614031

Panitia Ujian Tugas Akhir	Nama	Tanda tangan
1. Penguji 1:	Anggita Sari Pramiardhani S.S
2. Penguji 2:	Joko Sadoso Priyo M.M

Mengetahui,

Dekan,

Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni , M.Si

NIP. 196108251986012001

PERNYATAAN

Nama : Fauziah Gias Muhitha

N I M : D1614031

Konsentrasi: Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul ‘STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS THE SUNAN HOTEL SOLO DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN” adalah betul-betul karya sendiri. hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta, 4 Juli 2017

Yang Membuat Pernyataan,

Materai 6000

Fauziah Gias Muhitha

MOTTO

“Hidup yang sebenarnya bukanlah sekedar hidup, akan tetapi hidup bermanfaat
bagi sesama manusia dan makhlukNya”

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan untuk :

- Allah SWT yang selalu menyertai dan membimbingku sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini.
- Mama yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa untuk tetap semangat dalam mengerjakan Tugas Akhir
- Brilian Pramadhan Perkasa untuk kasih yang tidak pernah berhenti memberi dukungan saat pasang dan surut
- Semua teman – teman penulis

KATA PENGANTAR

Diberikannya Kegiatan Kuliah Kerja Media ini mempunyai tujuan yaitu, untuk memperoleh tambahan ilmu pengetahuan di bidang humas, serta untuk mendapatkan pengalaman. Sehingga penulis dapat membandingkan teori yang dapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang terjadi di perusahaan, selain itu untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Study Humas Komunikasi Terapan FISIP UNS Surakarta. Sedangkan tujuan khususnya adalah untuk mengetahui gambaran kerja Public Relations dalam kesempatan ini penulis mengambil judul “Strategi Komunikasi Humas The Sunan Hotel Solo Dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan. Penulis menganggap mempertahankan citra positif perusahaan sangatlah penting bagi kegiatan humas karena seorang humas jika ingin mempertahankan citra positif perusahaannya dapat melalui berita dalam *press release* kemudian mengangkat *event – event* yang diadakan The Sunan Hotel Solo dan kegiatan *CSR(Corporate Sosial Responsibility)* yang akan sangat berpengaruh kepada citra positif yang dibentuk oleh Humas The Sunan Hotel Solo. Apabila seorang humas gagal dalam mempertahankan citra positif perusahaan, pastinya perusahaan tidak akan mendapat tempat yang baik di hadapan pihak eksternal perusahaan yang lebih banyak dan besar.

Dalam mempertahankan citra positif perusahaan, seorang humas The Sunan Hotel Solo mempunyai program – program yang baik untuk kegiatan tersebut. Di dalam mempertahankan citra positif perusahaan tanpa adanya

hubungan baik dengan media tidak akan berjalan lancar tanpa adanya program – program yang baik dan harus dibangun oleh praktisi humas yang profesional.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang dengan tidak henti – hentinya memberi limpahan rahmat dan petunjuk yang diberikan kepada penulis, baik disaat – saat sulit maupun disaat – saat mudah yang penulis lalui sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

Dalam penelitian Tugas Akhir ini penulis mengalami banyak hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak akhirnya penulis Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis sampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang Maha Besar dan Maha Agung
2. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan FISIP UNS
3. Pak Mahfud selaku ketua Jurusan Program D3 Komunikasi Terapan.
4. Bapak Joko Sadosa Priyo, M.M selaku dosen pembimbing yang berkenan memberikan bimbingan dan waktu demi sempurnanya karya ini.
5. Management The Sunan Hotel Solo, karena telah menjadi taman humas yang penuh ilmu untuk dipetik
6. Ibundaku yang selalu memberikan kasih sayang dan mendoakan yang tidak ada hentinya.

7. Ibu Retno Wulandari, selaku PR Manager The Sunan Hotel Solo y sangat *humble* dalam mengajari dan memberikan bimbingan selama magang berlangsung.
8. Ibu Kartika Ratna, selaku Asistent PR Manager The Sunan Hotel Solo, yang selama proses magang selalu memberi bantuan, bimbingan, dan dukungan bagi penulis.
9. Teman – teman DIII Public Relations Komunikasi Terapan UNS 2014.

Semoga Tugas Akhir ini bisa memberikan kontribusi bagi ilmu humas khususnya di Industri perhotelan dan memberikan motivasi yang kuat untuk meneruskan pencarian dan pendalaman atas kinerja yang lebih baik lagi mengenai kehumasan di masa – masa yang akan datang. Terima Kasih

Surakarta, 12 Mei 2017

Penulis

Fauziah Gias Muhitha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
RINGKASAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.	1
A. Latar Belakang.	1
B. Pelaksanaan.	7
C. Tujuan Penulisan.	7
D. Manfaat Penulisan.	8
BAB II KERANGKA TEORI.	9
A. Landasan Teori.	9
B. Definisi Citra dan Organisasi.	16

	C. Citra Perusahaan.....	19
	D. Focus of Interest	20
BAB III	DISKRIPSI PERUSAHAAN.....	22
	A. Sejarah Perusahaan.....	22
	B. Tentang The Sunan Hotel Solo.	23
	C. Visi, Misi, Tagline dan Logo Sunan	30
	D. Job Discriptions.....	33
	E. Struktur Organisasi.....	36
BAB IV	PELAKSAAN KKM.....	38
	A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang.....	38
	B. Bidang Pelaksanaan.	38
	C. Kegiatan yang telah dilakukan	39
	D. Kegiatan <i>Media Relations</i> The Sunan Hotel Solo.	41
	E. Focus Of Interest.....	43
	F. Strategi Humas dalam Mempertahankan Citra Perusahaan	44
	G. <i>Media Relations</i>	45
BAB V	PENUTUP.....	62
	Kesimpulan.	62
	Saran.	64
	Daftar Pustaka.	68
	Lampiran.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo The Sunan Hotel Solo.....	31
Gambar 3.2	Konsep Logo The Sunan Hotel Solo	32
Gambar 3.3	Struktur Organisasi The Sunan Hotel Solo	37
Gambar 4.4	Liputan Kegiatan Earth Hour	52
Gambar 4.5	Liputan Kegiatan Earh Hour.	53
Gambar 4.6	Liputan Kegiatan Hari Kartini.	54
Gambar 4.7	Kegiatan Penulis.	55
Gambar 4.8	Kegiatan Penulis	57

Ringkasan

“Strategi Komunikasi The Sunan Hotel dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan”

Bila suatu perusahaan menjalankan program *media relation*, pada umumnya adalah perusahaan yang sangat membutuhkan dukungan media massa dalam pencapaian tujuan organisasi, secara rinci tujuan *media relation* yang akan mempunyai hubungan yang tercipta baik antara organisasi dengan media yang di wakili oleh praktisi *Public Relations* diharapkan akan lebih positif, sehingga akan terlihat manfaat dari adanya *media relations*.

Menurut kepustakaan lama *Public Relations*, istilah umum yang di pergunakan untuk hubungan dengan media adalah *Press Relation* atau hubungan pers. Istilah pers sendiri juga sering diidentikan dengan media cetak. Bahkan banyak kegiatan dalam *media relation* menekankan betul pada penjalinan hubungan baik dengan media cetak tersebut.

Dengan banyaknya media di Indonesia timbul fenomena “Dunia Sesak Media” (*Media Saturated World*), kenyataan inilah yang dalam dunia *Public Relations* dinamakan sebagai *Media Relation*.

Kata Kunci: The Sunan Hotel Solo memanfaatkan *Media Reations* sebagai cara untuk mempertahankan citra positif perusahaan yang akan di pantau melalui jumlah publikasi berita di media dan di masyarakat